

# 2021年中国小程序市场分析报告- 行业运营态势与前景评估预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国小程序市场分析报告-行业运营态势与前景评估预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/ruanjian/535434535434.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

小程序是一种内嵌于互联网流量巨头平台中的无需下载即可使用的轻量级应用。用户通过搜索或者扫一扫即可打开应用，小程序无需下载、注册和卸载，不会占用用户过多内存，也不会对用户造成更多打扰，具有触手可及、用完即走的特点。

按照功能划分，小程序可分为电商小程序、酒店预订小程序、在线点餐小程序、服务预定小程序、在线订票小程序、文章资讯类小程序、企业展示类小程序、互动功能类小程序等。

小程序分类 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年，我国小程序数量为230万个，较上年同比增长296.6%；2019年，我国小程序数量为300万个，较上年同比增长30.4%。

2017-2019年我国小程序数量及增速 数据来源：公开资料整理

### 一、优势分析

（1）运营优势：小程序主要运营优势包括适用于利基市场碎片化需求和连接线下实体流量。

适用于利基市场碎片化需求：小程序具有即用即走、不占内存的特点，且开发成本低，即能够满足用户碎片化的需求又能够满足开发商低成本盈利需求，有利于利基市场的开发。除此以外，利基市场中用户使用需求不密合、使用频度较低，只有通过流量级平台的支撑才能使得其得到有效开发，而小程序作为依附流量平台的场景性应用，恰恰能够满足上述要求，小程序对于利基市场的重要性不言而喻。

连接线下实体流量：传统电脑端互联网的入口在搜索框，而移动互联网的入口则是二维码，同时二维码也是小程序的重要入口之一，小程序以二维码为入口将连接更多的服务场景尤其是线下消费场景。小程序未来将连接无处不在的线下店铺、交通、休闲娱乐等场景，甚至有望与智能硬件等新型场景结合全面打通日常生活空间，形成用户生活场景中的超级闭环，而未来移动支付如微信支付、支付宝、银联云闪付等加速扩张为小程序占领线下消费场景提供了必要工具。

根据数据显示，在B端小程序分布中，零售类小程序占比达到17.5%，而在C端用户访问数据比例中，零售类小程序占比位居第一达到24.5%，交通与出行类小程序紧随其后位列第二，占比达到20.9%。

小程序运营优势分析 数据来源：公开资料整理

（2）完整平台生态链：互联网巨头打造的小程序补足了自身的互联网平台生态圈，连接一切是小程序的主要功能，小程序在连接线上线下场景中发挥了重要的中介作用。如微信以微信小程序、服务号、订阅号组成微信公众平台生态圈，并通过线下扫二维码快速实现线下场景进入线上平台的连接。支付宝小程序可实现连接机构、政府、商家和用户的服

据、算法、算力以及百度移动端深度学习框架及移动设备基础能力为开发者及用户构建更智能、更开放的移动生态。

(3) 与应用程序共存：在小程序出现前，外部链接的分享、转发虽然为用户提供了更丰富的用户体验，但用户也同时被外部链接引导到第三方应用，减少了微信的使用时间。虽然微信拥有庞大的社交网络、即时通讯能力、内容生产传播体系以及支付能力，但仍无法与第三方服务或应用无缝连接，做到我中有你。小程序的出现丰富了微信可提供的服务、提升了用户粘性，构建了完整的用户生态。

(4) 三大巨头不存在直接竞争关系：目前小程序市场的主要参与者为微信、百度以及支付宝，但是三家巨头的主攻方向并不相同。微信从社交出发，打造基于社交链的服务延伸与升级，百度更偏向商业化方向，支付宝则是以生活化以为主，商业为辅。因此目前，三大巨头之间不存在直接的竞争关系，不会发生用户争夺的现象。

我国小程序行业代表企业基本情况

代表企业

简介

微信小程序

2017年1月，腾讯正式推出微信小程序。微信小程序，简称小程序，是一种不需要下载安装即可使用的应用。企业、政府、媒体、其他组织或个人的开发者均可申请注册小程序。截至目前，微信小程序的日或用户超过了2亿，覆盖行业多达200多个，拥有150多万的开发者和2300多个第三方开发平台，并成功上线了100多万个小程序。“小程序”实现了应用“触手可及”的梦想，用户扫一扫或者搜一下即可打开应用，提现卡了“用完即走”的理念，用户无需关心是否安装太多应用的问题。对于开发者而言，小程序开发门槛相对较低，难度低于APP的开发，可以满足简单的基础应用。通过公众号关联，用户可以实现公众号与小程序之间相互跳转，简介易用。

支付宝小程序

支付宝小程序是支付宝建立的自由开放平台，2017年9月由支付宝平台推出并开放公测。如今平台已经涌现出2万多个小程序，日活用户达1.2亿，用户数达3亿。迄今为止，支付宝小程序已陆续开放工具、零售、生活服务、旅游出行与交通、公益、金融、教育、医疗、政府等九大类别应用项目。支付宝小程序是蚂蚁金服未来三年发展的重要战略之一，是蚂蚁金服面向商业生态的开放技术的一个环节，它与mPaaS、生活号等技术产品共同组成蚂蚁金服的移动技术开放，支付宝小程序作为其中的轻量化解决方案，将聚焦在商业和生活服务场景。

百度小程序

2018年7月，百度AI开发者大会上推出了百度智能小程序，通过智能小程序，构建更自然、更智能、更开放的移动生态。百度智能小程序全面接入“百度大脑3.0”，开发者只需几行代码即可调用，为小程序的开发者提供了包括语音、文字、图像和人脸识别等在内的多类成熟的

AI能力，百度智能小程序结合AI助力开发者提供优质服务。百度智能小程序不仅可以运行于百度系APP上，还将可以运营于哔哩哔哩、58同城等外部合作伙伴APP上。数据来源：公开资料整理

## 二、劣势分析

(1) 用户粘性差：由于小程序缺乏集中入口且具有关联搜索限制等缺陷造成用户对于微信小程序体验较差，用户活性较低。以微信为例，微信小程序1月9日上线，在第一周内微信小程序用户平均使用频次为37.6次，随后每周锐减，至第四周时微信小程序用户平均使用频次已下降至7.8次。

2017年1月-2月微信小程序用户平均使用频次 数据来源：公开资料整理

除此以外，微信小程序作为轻应用，虽然能够节省手机内存空间，由于其内容注重集约化导致用户粘性普遍较低，在初期尝鲜后，用户纷纷转向整体功能更完整，体验效果更佳的手机应用软件。根据数据显示，65.3%的用户在体验过小程序后选择回归使用手机应用软件，仅有11.7%的用户选择继续使用微信小程序。

用户体验微信小程序后行为占比情况 数据来源：公开资料整理

## 三、机遇分析

(1) 用户基础庞大确保入口流量：以微信小程序为例，由于依托微信庞大的生态流量，小程序上线即爆发式增长，2018年6月微信与WeChat合并月活跃账户数达到10.16亿人次，环比增幅达到2.63%，此外QQ用户也是潜在的微信用户，微信整体用户数量大且粘性高，使得微信做入口的产品开发更容易获得流量。相比于滴滴、同程网的展示位置，微信小程序打开步骤被简化，用户能够更加便捷的通过微信获取日常服务，微信小程序在微信中的渗透率超过六成。除微信小程序以外，百度、支付宝、今日头条等互联网巨头所推出的小程序同样背靠平台拥有强大的用户数确保入口流量，庞大的用户基础成为驱动小程序行业的整体长远发展的主要动力之一。

根据数据显示，2018年，我国小程序日活跃用户数为2.3亿人，较上年同比增长35.3%；2019年，我国小程序日活跃用户数为3.3亿人，较上年同比增长43.5%。

2017-2019年我国小程序日活跃用户数及增速 数据来源：公开资料整理

(2) 资金支持：近一年多来小程序一直是风口上的话题，资本圈的关注也随之而来，投资人开始疯狂布局，市场中80%一线基金已经入场，其中包括红杉中国、IDG、真格基金、险峰长青、腾讯资本等。

2018年上半年我国小程序项目融资情况

投资项目

基金公司

轮次

投资金额

好衣库

IDG资本、元璟资本、险峰长青

A轮

1亿人民币

即速应用

赛富投资基金

A轮

5000万人民币

黑咔相机

启明创投、GGV纪源资本

A+轮

千万级美元

加推科技

红杉资本中国、IDG资本、光信资本、京东金融、前海母基金

A轮

1.68亿人民币

多抓鱼

腾讯资本

B轮

未透露

SEE

红杉资本中国、前海方舟、丹合资本、贝塔斯曼亚洲投资基金、晨兴资本

C+轮

数千万人民币

SEE

腾讯资本

C轮

数千万人民币

猫卡小程序

经纬中国、祥峰投资

天使轮

500万人民币数据来源：公开资料整理

(3) 结合各领域开启多元变现：小程序提供包括小程序自身、搜索栏、移动平台、垂直频道、公众号、生活号、二维码等上百个入口，结合LBS地理位置信息，广泛连接线上线需求场景。小程序无需下载安装，并且能够快捷扫码或通过链接等入口快速进入的特点使得其成为连接线上平台和线下实体场景的最佳工具，小程序在平台支付优势的支持下，创建

线上线下交互的新零售、消费方式。在万物互联的发展背景下，小程序将作为OMO场景连接工具，帮助商家进行线下服务的升级，连接线上丰富的资源和技术支持。

#### 四、威胁分析

(1) 安全问题频发威胁：近两年来，小程序数量不断增加，行业覆盖广泛、功能齐全且操作方便，但小程序在安全方面仍面临一些挑战。如二维码作为小程序的主要入口其本身并不会携带病毒，但很多病毒软件可以利用二维码下载，当前技术环境下手机二维码技术已经发展的相当成熟，门槛较低，不法分子可以利用二维码生成器在制作二维码的过程中暗藏病毒，如何通过技术改进增加二维码的可信程度是小程序在发展过程中必须解决的问题。

(2) 原生手机应用软件不可完全替代性威胁：自智能手机普及以来，我国消费者人均换机周期缩短，75.4%的智能手机用户至少两年换一次手机，将近35.1%的智能手机用户更是至少一年换一次手机，三年不换手机的用户只占23.5%。而换机过程则有可能导致手机应用软件大批量流失用户。而小程序免去下载的麻烦，在换机过程用户安装一个搭载小程序的平台就能解决众多应用需求，但并不是所有的应用软件服务都适合用小程序来代替。因此总体来看，小程序对原生手机应用软件有轻替代效应，但无法完全替代。

#### 威胁我国小程序行业发展因素分析

数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年小程序市场分析报告-行业运营态势与前景评估预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的

发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国小程序行业发展概述

#### 第一节 小程序行业发展情况概述

##### 一、小程序行业相关定义

##### 二、小程序行业基本情况介绍

##### 三、小程序行业发展特点分析

##### 四、小程序行业经营模式

###### 1、生产模式

###### 2、采购模式

###### 3、销售模式

##### 五、小程序行业需求主体分析

#### 第二节 中国小程序行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、小程序行业产业链条分析

##### 三、产业链运行机制

###### 1、沟通协调机制

###### 2、风险分配机制

###### 3、竞争协调机制

##### 四、中国小程序行业产业链环节分析

###### 1、上游产业

###### 2、下游产业

#### 第三节 中国小程序行业生命周期分析

##### 一、小程序行业生命周期理论概述

##### 二、小程序行业所属的生命周期分析

#### 第四节 小程序行业经济指标分析

##### 一、小程序行业的赢利性分析

##### 二、小程序行业的经济周期分析

##### 三、小程序行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国小程序行业进入壁垒分析

##### 一、小程序行业资金壁垒分析

##### 二、小程序行业技术壁垒分析

##### 三、小程序行业人才壁垒分析

##### 四、小程序行业品牌壁垒分析

##### 五、小程序行业其他壁垒分析



## 第二章 2017-2020年全球小程序行业市场发展现状分析

### 第一节 全球小程序行业发展历程回顾

### 第二节 全球小程序行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲小程序行业地区市场分析

#### 一、亚洲小程序行业市场现状分析

#### 二、亚洲小程序行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲小程序行业市场前景分析

### 第四节 北美小程序行业地区市场分析

#### 一、北美小程序行业市场现状分析

#### 二、北美小程序行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美小程序行业市场前景分析

### 第五节 欧洲小程序行业地区市场分析

#### 一、欧洲小程序行业市场现状分析

#### 二、欧洲小程序行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲小程序行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界小程序行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球小程序行业市场规模预测

## 第三章 中国小程序产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

#### 一、中国GDP增长情况分析

#### 二、工业经济发展形势分析

#### 三、社会固定资产投资分析

#### 四、全社会消费品电子发票总额

#### 五、城乡居民收入增长分析

#### 六、居民消费价格变化分析

#### 七、对外贸易发展形势分析

### 第二节 中国小程序行业政策环境分析

#### 一、行业监管体制现状

#### 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国小程序产业社会环境发展分析

#### 一、人口环境分析

#### 二、教育环境分析

#### 三、文化环境分析

#### 四、生态环境分析

#### 五、消费观念分析

## 第四章 中国小程序行业运行情况

### 第一节 中国小程序行业发展状况情况介绍

#### 一、行业发展历程回顾

#### 二、行业创新情况分析

#### 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国小程序行业市场规模分析

### 第三节 中国小程序行业供应情况分析

### 第四节 中国小程序行业需求情况分析

### 第五节 我国小程序行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

#### 三、其它细分市场

### 第六节 中国小程序行业供需平衡分析

### 第七节 中国小程序行业发展趋势分析

## 第五章 中国小程序所属行业运行数据监测

### 第一节 中国小程序所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国小程序所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节 中国小程序所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第六章 2017-2020年中国小程序市场格局分析

### 第一节 中国小程序行业竞争现状分析

#### 一、中国小程序行业竞争情况分析

#### 二、中国小程序行业主要品牌分析

### 第二节 中国小程序行业集中度分析

#### 一、中国小程序行业市场集中度影响因素分析

## 二、中国小程序行业市场集中度分析

### 第三节 中国小程序行业存在的问题

### 第四节 中国小程序行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国小程序行业钻石模型分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2017-2020年中国小程序行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国小程序行业消费市场动态情况

### 第二节 中国小程序行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 小程序行业成本结构分析

### 第四节 小程序行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素

#### 三、渠道因素

#### 四、其他因素

### 第五节 中国小程序行业价格现状分析

### 第六节 中国小程序行业平均价格走势预测

#### 一、中国小程序行业价格影响因素

#### 二、中国小程序行业平均价格走势预测

#### 三、中国小程序行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国小程序行业区域市场现状分析

### 第一节 中国小程序行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地区小程序市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区小程序市场规模分析

#### 四、华东地区小程序市场规模预测

### 第三节 华中地区市场分析

## 一、华中地区概述

### 二、华中地区经济环境分析

### 三、华中地区小程序市场规模分析

### 四、华中地区小程序市场规模预测

## 第四节 华南地区市场分析

### 一、华南地区概述

### 二、华南地区经济环境分析

### 三、华南地区小程序市场规模分析

### 四、华南地区小程序市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国小程序行业竞争情况

### 第一节 中国小程序行业竞争结构分析（波特五力模型）

#### 一、现有企业间竞争

#### 二、潜在进入者分析

#### 三、替代品威胁分析

#### 四、供应商议价能力

#### 五、客户议价能力

### 第二节 中国小程序行业SCP分析

#### 一、理论介绍

#### 二、SCP范式

#### 三、SCP分析框架

### 第三节 中国小程序行业竞争环境分析（PEST）

#### 一、政策环境

#### 二、经济环境

#### 三、社会环境

#### 四、技术环境

## 第十章 小程序行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

##### 3、企业偿债能力分析

##### 4、企业运营能力分析

##### 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优劣势分析

##### 第二节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

##### 第三节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

##### 第四节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

##### 第五节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第十一章 2021-2026年中国小程序行业发展前景分析与预测

#### 第一节 中国小程序行业未来发展前景分析

##### 一、小程序行业国内投资环境分析

##### 二、中国小程序行业市场机会分析

##### 三、中国小程序行业投资增速预测

#### 第二节 中国小程序行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国小程序行业市场发展预测

##### 一、中国小程序行业市场规模预测

##### 二、中国小程序行业市场规模增速预测

##### 三、中国小程序行业产值规模预测

##### 四、中国小程序行业产值增速预测

##### 五、中国小程序行业供需情况预测

#### 第四节 中国小程序行业盈利走势预测

##### 一、中国小程序行业毛利润同比增速预测

## 二、中国小程序行业利润总额同比增速预测

### 第十二章 2021-2026年中国小程序行业投资风险与营销分析

#### 第一节 小程序行业投资风险分析

##### 一、小程序行业政策风险分析

##### 二、小程序行业技术风险分析

##### 三、小程序行业竞争风险分析

##### 四、小程序行业其他风险分析

#### 第二节 小程序行业应对策略

##### 一、把握国家投资的契机

##### 二、竞争性战略联盟的实施

##### 三、企业自身应对策略

### 第十三章 2021-2026年中国小程序行业发展战略及规划建议

#### 第一节 中国小程序行业品牌战略分析

##### 一、小程序企业品牌的重要性

##### 二、小程序企业实施品牌战略的意义

##### 三、小程序企业品牌的现状分析

##### 四、小程序企业的品牌战略

##### 五、小程序品牌战略管理的策略

#### 第二节 中国小程序行业市场重点客户战略实施

##### 一、实施重点客户战略的必要性

##### 二、合理确立重点客户

##### 三、对重点客户的营销策略

##### 四、强化重点客户的管理

##### 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

#### 第三节 中国小程序行业战略综合规划分析

##### 一、战略综合规划

##### 二、技术开发战略

##### 三、业务组合战略

##### 四、区域战略规划

##### 五、产业战略规划

##### 六、营销品牌战略

##### 七、竞争战略规划

#### 第四节 小程序行业竞争力提升策略

##### 一、小程序行业产品差异性策略

##### 二、小程序行业个性化服务策略

三、小程序行业的促销宣传策略

四、小程序行业信息智能化策略

五、小程序行业品牌化建设策略

六、小程序行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国小程序行业发展策略及投资建议

第一节 中国小程序行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国小程序行业营销渠道策略

一、小程序行业渠道选择策略

二、小程序行业营销策略

第三节 中国小程序行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国小程序行业重点投资区域分析

二、中国小程序行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/ruanjian/535434535434.html>